Les bilans de responsabilité sociale de Loto-Québec (2005-2010). Une stratégie promotionnelle pour légitimer ses pratiques commerciales

Jocelyn Gadbois[1]

Résumé

En analysant les bilans de responsabilité sociale de Loto-Québec produits entre 2005 et 2010, l'auteur cherche à comprendre une stratégie de communication que l'entreprise d'État a employée pour tenter de se sortir d'une crise de confiance qui semble la préoccuper. L'objectif n'est pas de déterminer si Loto-Québec est ou n'est objectivement pas responsable, mais de soulever les réels enjeux sociaux et économiques derrière la volonté de cette dernière à paraître digne de confiance. Il apparait que les bilans de responsabilité servent à affirmer la légitimité du monopole étatique en matière de gestion des jeux de hasard et d'argent et à lutter contre une représentation du jeu historiquement et religieusement construite.

Abstract

When looking at Loto-Quebec's social responsibility reports produced between 2005 and 2010, the author seeks to understand one communication strategy that the State entreprise employed to try to recover a loss of trust that seems troubling. The goal of this article is not to determine if Loto-Quebec is or isn't objectively responsible, but to raise real social and economic issues behind the determination to appears trustworthy. It seems that responsibility reports serve to affirm the legitimacy of the state monopoly regards to gambling management and to combat a historic and religious representation of gambling.

Mots-clés
Jeux de hasard et d'argent- Confiance- Publicité- Légitimité- Moralité.

Keywords
Gambling- Trust- Publicity- Legitimacy- Morality.

[1] Postdoctorant à Concordia University / Université de Montréal (Canada).

Introduction

Selon l'article 207 du Code criminel canadien, ce sont uniquement les gouvernements des provinces qui ont l'autorité de mettre sur pied et d'exploiter des jeux de hasard et d'argent (ci-après nommés JHA)[2]. Cette loi, mise en place en 1970 grâce au projet de sécularisation du Code criminel canadien de Pierre-Elliot Trudeau, institue un monopole étatique[3]. Comme l'éthos des JHA, c'est-à-dire les principes sous-jacents à la norme, demeure encore ambigu, il semble légitime de laisser leur contrôle à l'État. Ainsi, l'État s'est donné la responsabilité de maître du jeu, d'une part pour veiller à « l'intégrité du jeu »[4] et d'autre part pour éviter une exploitation (abusive) des consommateurs. C'est dans cette optique que le gouvernement provincial du Québec a créé Loto-Québec, une Société d'État qui administre plusieurs loteries publiques, un réseau d'appareils de loterie vidéo, quatre casinos, deux salons de jeux et le site espacejeux.com. La Société est fière d'afficher qu'elle « [...] offre des produits multimédias sur le marché international et détient une participation financière dans Casino Développement Europe et ses filiales, le troisième plus important opérateur de casinos en France[5] ». Elle dirige entièrement une constellation de filiales qui œuvrent dans différents domaines (bingo, génie informatique, restauration, etc.) et autres activités commerciales. Le Rapport annuel 2011 indique un bénéfice net de 1 337 900 000 $; 93,2 % de ce montant a été retourné en dividendes au gouvernement du Québec[6]. Il plane en revanche devant ce succès commercial une épaisse ambiguïté : comment un État peut-il à la fois se proclamer responsable des JHA sur la base que leur éthos demeure encore inconnu et se targuer de faire autant de profits?

Plusieurs chercheurs en sciences humaines et sociales s'intéressant à la gestion des JHA se sont posés cette question pour remettre en doute la responsabilité de l'État. Ils l'ont fait en cadrant les JHA dans leurs environnements historique, politique, économique et social. Certains d'entre eux, inspirés notamment par les écrits de Walter Benjamin, l'ont « accusé » de vendre aux Canadiens le capitalisme lui-même. L'État (-croupier), en commercialisant des (mauvais) rêves et des (faux) espoirs, serait devenu un promoteur des choix individuels, des divertissements et de la liberté de commerce[7] et en cette qualité, sa capacité d'agir au nom du social serait en péril[8]. David Nibert a abondé en ce sens en affirmant que l'État participerait à appuyer certaines fausses croyances (superstitions) qui finiraient par noyer les plus pauvres dans leurs rêves et leur fardeau financier. En effet, les JHA dénigreraient selon lui l'idée même de travail au profit du rêve de devenir riche instantanément. Les conséquences sur le social lui sont donc apparues plus subtiles et hargneuses que les entreprises d'exploitation de JHA l'ont laissé croire ; l'État aurait la responsabilité (morale)

[2] CanLII, « Code criminel, LRC 1985 c C-46 », URL : http://www.canlii.org/fr/ca/legis/lois/lrc-1985-c-c-46/derniere/ (Consulté le 09/10/2012).
[3] Il existe cependant des exceptions. En vertu du Code criminel canadien, les provinces peuvent délivrer des licences d'exploitation à des particuliers, conseils et organismes, notamment religieux et caritatifs. De fait, quelques loteries ponctuelles peuvent voir le jour. Aussi, les courses de chevaux ne relèveront pas de l'État.
[4] Loto-Québec, URL : http://lotoquebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
[5] Ibid.
[6] Loto-Québec, « Vers un nouvel équilibre. Rapport annuel 2011 » (2011), URL : http://lotoquebec.com/cms/corporatif/fr/la-societe/documentation/rapport-annuel, (Consulté le 09/10/2012).
[7] On constate ici le paradoxe entre le fondement éthique du monopole étatique visant à protéger le citoyen d'un marché non règlementé et cette interprétation de l'État créateur de lois visant la protection de sa propre liberté de commerce.
[8] James Cosgrave (dir.), *The Sociology of Risk and Gambling Reader*, New York, Routledge, 2006.

d'intervenir[9]. Clotfelter et Cook ont de leur côté avancé l'idée que les politiques gouvernementales s'adapteraient constamment pour favoriser la loi de l'offre et de la demande en matière de jeu au détriment de la population[10].

Autre débat, plusieurs chercheurs, comme Korn, Gibbins et Azmier, se sont inquiétés des risques pour la santé publique engendrés par la commercialisation des JHA. Selon ces auteurs, ils pourraient s'avérer nocifs, voire nuisibles et coûteux, d'où l'importance de s'interroger sur les coûts sociaux réels de l'exploitation des JHA[11]. Le spectre du jeu pathologique est bien sûr au cœur de cette préoccupation. Pour y répondre, l'Australien Blaszczynski, le Canadien Ladouceur et l'Étasunien Shaffer ont voulu jeter les bases, dans leur article du *Journal of Gambling Studies*, de la notion de jeu responsable :

> Responsible gambling refers to policies and practices designed to prevent and reduce potential harms associated with gambling; these policies and practices often incorporate a diverse range of interventions designed to promote consumer protection, community/consumer awareness and education, and access to efficacious treatment[12].

Ils ont ajouté qu'une industrie responsable coordonnait des stratégies pour réduire l'incidence (sinon l'occurrence) des problèmes de jeu autant chez les individus, les groupes et les communautés que dans la société. Or, cette notion demeure sévèrement critiquée. James Cosgrave l'a attaquée en arguant le fait qu'elle servait à responsabiliser l'individu pour déresponsabiliser l'État[13]. De même, le psychologue Mark Dickerson a rejeté le bien-fondé de cette approche en évoquant l'argument selon lequel le jeu, pour être un jeu, contient parfois, et dans une certaine mesure, des pertes de contrôle. Suivant ce constat donc, l'auteur arrive à la conclusion que l'idée même de jeu responsable ne prend pas compte les impacts réellement malsains des JHA et de fait, ne vise pas la protection du consommateur[14].

Les historiens criminologues Colin S. Campbell et Garry J. Smith seront encore plus incisifs à l'égard de la notion de jeu responsable dans leur article « Gambling in Canada - From Vice to Disease to Responsibility: A Negotiated History » traitant de l'évolution des conceptions des problèmes de jeu. Ils ont rappelé le caractère construit des définitions que l'on appose aux JHA. En réalité, défendent-ils, les parieurs éprouvant des problèmes de jeu pathologique ont d'abord été considérés comme des pécheurs en proie à un *folk devil*, jusqu'à devenir, au fur et à mesure qu'a diminué la stigmatisation des joueurs, des malades posant des actions hors de leur contrôle. Cette médicalisation du jeu justifierait donc de produire une excuse scientifique sur laquelle peuvent s'appuyer tant les politiques que les groupes anti-jeux. Dans cette logique, les auteurs ont remis en perspective l'engouement actuel pour la notion de jeu responsable, notion consensuelle trahissant la présence d'un paradigme de recherche. Cette mise à distance leur a

---

[9] David Nibert, *Hitting the Lottery Jackpot. State Government and the Taxing of Dreams*, New York, Monthly Review Press, 2000.
[10] Charles T. Clotfelter et Philip J. Cook, Selling Hope, *State Lotteries in America*, Cambridge, Harvard University Press, 1989.
[11] David Korn, Roger Gibbins et Jason Azmier, « Framing Public Policy Towards a Public Health Paradigm for Gambling », *Journal of Gambling Studies*, vol. 19, n° 2, 2003, pp. 235-256.
[12] Alex P. Blaszczynski, Robert Ladouceur et Howard J. Shaffer, « A Science-Based Framework for Responsible Gambling: The Reno Model », *Journal of Gambling Studies*, vol. 20, n° 3, 2004, p. 308.
[13] James Cosgrave (dir.), op.cit.
[14] Mark Dickerson, « Exploring the Limits of ″Responsible Gambling″, Harm Minimisation or Consumer Protection ? », *Journal of the National Association for Gambling Studies*, vol. 15, 2003, pp. 29-44.

permis de soutenir l'idée que ce paradigme servait à réaffirmer l'autorité de l'État au lieu de servir la cause de la santé publique. Ils ont alors inséré une critique : la notion de jeu responsable devrait davantage insister sur le développement de politiques innovatrices et des pratiques entrepreneuriales fondées sur la morale, la réduction des méfaits et l'amélioration de la qualité de vie des citoyens[15].

Tous ces débats sur la responsabilité du maître du jeu — et je suis loin d'en avoir fait un inventaire exhaustif — s'inscrivent cependant dans des positions morales très campées ; anticapitalisme, critique de l'individualisme, condamnation/promotion de l'industrie des jeux, etc. L'anthropologue en moi s'inquiète de savoir si le dialogue n'est pas condamné à l'impasse. Quelque part, pour réussir à penser la notion de responsabilité en lien avec les JHA, il faudrait l'extirper de la morale pour l'inscrire dans un cadre plus neutre. Je suggère donc de revenir à une notion de responsabilité telle que définie par le disciple de Durkheim, Paul Fauconnet, c'est-à-dire une responsabilité qui ne s'ancre pas dans des idées, mais dans des faits observables, une responsabilité qui répondrait à des règles puisqu'elle est le produit de représentations sociales[16].

Dans la perspective de Fauconnet, il serait peu déterminant de savoir si les pratiques entrepreneuriales de l'État sont ou ne sont pas « objectivement » responsables, voire de déterminer lesquelles le seraient, sinon lesquelles le seraient davantage. Penser la responsabilité de cette manière, ce serait finalement tenter de se soumettre à un ensemble de principes moraux, comme s'il s'agissait de commandements. Cela réduirait le débat à une sorte de guerre de chartes, où chaque disciple tente de convertir ses interlocuteurs en démontrant que les chartes concurrentes ne sont pas « responsables » selon leurs propres critères. Ce n'est donc pas la notion de responsabilité qu'il faut chercher à objectiver, mais les actions qui ont été portées en son nom. De fait, Fauconnet a davantage misé sur une définition « émique » de la responsabilité, c'est-à-dire une définition qui prend en considération les représentations sociales qui l'ont fait naître. Il peut ainsi mieux évaluer, en qualité d'observateur extérieur, comment lesdites actions répondent, ne répondent pas, ou aurait pu mieux répondre à la conception de la responsabilité qui les a guidées. L'attention de l'analyste devrait se tourner vers la cohérence entre les objectifs et les moyens employés pour atteindre ladite responsabilité. Le chercheur en sciences sociales ne tient dès lors plus le rôle de moralisateur, mais de spectateur. Pour être cohérent, et qui sait responsable[17], ce dernier devrait penser la responsabilité à l'intérieur même d'une logique de responsabilisation.

Ramenée dans la problématique de la gestion des JHA, la définition de Fauconnet permettrait de comprendre comment l'État s'est organisé pour que la population le juge responsable et comment il tente de conserver ce titre. L'objectif est d'amener un éclairage extérieur afin d'éviter à l'État de devenir le spectateur de ses propres conduites entrepreneuriales[18]. Pour ce faire, je propose dans le cadre de cet article une analyse de l'une des stratégies promotionnelles de Loto-Québec pour s'autoproclamer responsable socialement. La production de bilans de responsabilités sociales, de 2005 à 2010 — mais en particulier le premier

[15] Colin S. Campbell et Garry J. Smith, « Gambling in Canada: From Vice to Disease to Responsibility: A Negotiated History », *Canadian Bulletin of Medical History / Bulletin canadien d'histoire de la médecine*, vol. 20, n° 1, 2003, pp. 121-149.

[16] Paul Fauconnet, « La responsabilité. Étude de sociologie », 1928, URL : http://classiques.uqac.ca/classiques/fauconnet_paul/la_responsabilite/fauconnet_responsabilite.pdf, (Consulté le 09/10/2012).

[17] J'admets ici que mon approche peut être considérée comme une manière de convertir autrui à la charte de responsabilité de Fauconnet.

[18] Paul Fauconnet, op.cit.

—, m'apparaît à ce titre le meilleur exemple, car il traduit, sinon trahit, la volonté de la Société d'État « [...] de devenir un chef de file mondial reconnu en commercialisation responsable de jeux de hasard et d'argent[19] ». Force sera de dégager les enjeux sociaux et économiques derrière ladite stratégie, non pas pour statuer sur sa pertinence, mais pour en comprendre sa logique spécifique et repérer d'éventuelles défaillances. De fait, ma démonstration n'entend pas faire le procès de ses bilans, mais invite plutôt à apprécier ceux-ci sous l'angle d'un processus de négociation de la responsabilité sociale avec la population.

Les bilans de responsabilité sociale

Les bilans de responsabilité sociale de Loto-Québec se sont présentés comme des documents qui explicitaient les bonnes conduites citoyennes, c'est-à-dire des mesures que la Société a prises pour « favoriser des comportements sains ». On peut citer à ce titre, l'implantation du programme « Ici, on carte »[20], la ligne d'aide 1-866-SOS-JEUX[21] et la Fondation Mise sur toi[22]. L'entreprise disait aussi avoir subventionné des centres de recherche, reconfiguré son réseau d'appareils de loterie-vidéo, créé de sites contrôlés, etc.[23]. Le président et chef de la direction de Loto-Québec de l'époque, Alain Cousineau, a présenté la fonction du « premier bilan » en ces termes :

> Dans la mesure où ce bilan contribue à mieux faire comprendre la nature et l'étendue de notre contribution économique, sociale et environnementale, nous croyons qu'il servira à éclairer le rôle que doit jouer Loto-Québec dans la société québécoise et la façon dont elle doit s'acquitter de ses responsabilités envers celle-ci. Nous voyons aussi ce bilan comme le point de départ d'un dialogue que nous voulons transparent, éclairé et constructif avec toutes les personnes et tous les groupes concernés par nos activités[24].

Par ses bilans, l'entreprise semble chercher à paraître « bonne joueuse » devant la société avec qui elle souhaite ouvrir le dialogue. Cet élément est central dans le processus de production du document.

Il apparaît clairement que la visée des bilans de responsabilité sociale est en premier lieu publicitaire. Si Loto-Québec veut établir un bon dialogue avec la société, c'est parce qu'elle a besoin de la confiance de cette dernière pour poursuivre ses activités commerciales. *Le Manuel de loterie* de Michael Landau rappelait déjà en 1967, soit avant même la création de Loto-Québec, que l'équilibre entre les intérêts des joueurs et de l'entreprise, c'est-à-dire entre confiance et profits, est la base d'une saine gestion des JHA[25]. Jacques Gilbert et Marc Fortier ont ajouté dans leur rapport pour la Commission d'étude sur la Société d'exploitation des loteries et courses du Québec : « Le reste n'est qu'une sophistication de la mise en marché pour mieux

[19] Loto-Québec 2011, op.cit., p. 35.
[20] Orchestration, en coopération avec le corps policier, de visites impromptues chez les détaillants et réception des plaintes.
[21] Ligne d'écoute et de gestion de crise qui offre un service en continu.
[22] Organisation de campagnes de sensibilisations, investissement dans des projets de prévention, etc.
[23] Loto-Québec, « Pour une contribution responsable » (2005) ; « Bilan de responsabilité sociale » (2007), « Canaliser et encadrer l'offre de jeu. Rapport trimestriel. 2e trimestre 2008-2009 » (2008), URL : www.loto-quebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
[24] Loto-Québec, 2005, op.cit., p. 7.
[25] Michael Landau, *Manuel de loterie*, Jérusalem, Israel Universities Press, 1967.

frapper l'imagination et prédisposer la clientèle[26] ». De fait, il faut comprendre ces documents comme une stratégie marketing.

À partir de ce constat, on réalise aisément que ces documents promotionnels, disponibles en ligne et distribués dans le réseau de détaillants, ont tenté de redorer l'image de Loto-Québec. Le choix des illustrations pour le bilan de 2004-2005 est à ce chapitre révélateur : somptueux paysages charlevoisiens, foules, fêtes, spectacles, feux d'artifice, montgolfières, etc. Il y a l'objectif d'associer Loto-Québec à des images positives, invitant au plaisir et à l'admiration. L'entreprise présente même en page 14 l'image du jeune et souriant cueilleur de fruits, pour illustrer la section « contribution économique ». C'est néanmoins la première illustration du document qui, selon moi, est la plus révélatrice de la stratégie de Loto-Québec. Il s'agit d'un phare fraichement repeint sous un ciel dégagé (Figure 2 voir annexe).

L'utilisation métaphorique du phare demeure forte par sa capacité à suggérer Loto-Québec en qualité de guide. Guide, qui vient de guida, prend ici les deux sens : conduire et accompagner. Premièrement, Loto-Québec-comme-phare introduit l'idée, qui apparaîtra plus tard dans la définition de leur mission, de devenir un leader mondial en matière de commercialisation responsable. La gestion étatique des JHA est — il faut le spécifier — un phénomène récent, et devant l'absence de précédents, Loto-Québec symbolise par cette image son rôle de développeur de bonnes conduites et d'aventurier. Deuxièmement, Loto-Québec-comme-phare renvoie à cette idée d'État berger[27] éclairant son troupeau jusqu'à bon port. L'entreprise prétend offrir une lumière, une vigie qui ouvre la voie. Elle se présente comme une institution digne de confiance.

Il n'empêche que si Loto-Québec est contrainte à publiciser cette image, c'est que, quelque part, cette dernière ne s'impose pas d'elle-même. La confiance des Québécois est loin d'être acquise. La Société d'État ne bénéficie pas d'une cote d'estime enviable en dépit du fait qu'elle est, selon la revue *Les Affaires*, la 23e entreprise la plus importante au Québec. Elle n'apparait même pas dans le classement 2010 — réalisé par Léger Marketing pour cette même revue — des 150 entreprises les plus admirées des Québécois ; elle est arrivée 154e alors qu'elle était 120e en 2009. Elle a encore perdu sept points en 2011 pour atterrir en 198e position[28]. De toute évidence, la stratégie marketing de Loto-Québec pour paraître responsable socialement ne l'a pas aidé à gagner en popularité.

Une mauvaise stratégie?

Il ne faut en revanche pas croire que l'objectif des bilans de responsabilité sociale n'était que d'éblouir la population, comme si ces documents recelaient un certain pouvoir magique. Anne-Marie Gagné, appuyée par Sen et Bhattacharya, a rappelé que « [...] le fait de communiquer ses activités

[26] Jacques Gilbert et Marc G. Fortier, *Rapport final*, Québec, Commission d'étude sur la Société d'exploitation des loteries et courses du Québec, 1976, p. 24.

[27] Le concept foucaldien de pouvoir pastoral, inscrit dans celui de gouvernementalité, peut se définir comme le dispositif qui donne à l'État l'autorité nécessaire à la protection de son « troupeau » de citoyens/joueurs. Il doit protéger ce dernier de la gueule de loups opportunistes. Il discipline l'ensemble de ses brebis — et même les brebis dissidentes — de manière à les éloigner du désordre sans les réprimer. Pour ce faire, il a besoin de leur consentement, de leur complicité, pour ne pas dire, de leur confiance. C'est un pouvoir d'individualisation, puisque chacune des brebis finit par intérioriser les règles imposées par son pasteur et en vient à aider ce dernier à guider le troupeau. Le berger doit alors bien connaître et accompagner chacune de ses brebis, car c'est de cette manière qu'il peut exercer son pouvoir ; Michel Foucault, *Naissance de la biopolitique. Cours au collège de France* (1978-1979), Paris, Seuil, 2004.

[28] Martine Turenne, « Les sociétés d'État n'ont plus la cote », *Les Affaires*, vol. 82, n° 109, p. 16 ; Les Affaires, URL : www.lesaffaires.com, (Consulté le 09/10/2012).

citoyennes aux consommateurs ne conduit pas nécessairement à des effets bénéfiques (pour l'entreprise) en ce qui a trait à la perception[29] ». Les bilans de Loto-Québec illustrent parfaitement ce constat ; leur réception n'a pas été excellente.

En effet, ils ont soulevé la grogne de groupes de pression, de soutien et de prévention du jeu pathologique qui les ont considérés scandaleux, mensongers et arrogants. Ceux-ci ont accusé Loto-Québec d'être de mauvaise foi. L'espace public, quant à lui, a réservé à ces rapports un accueil plutôt froid, laissant planer l'ombre d'une critique. À titre d'exemple, les internautes ont sévèrement jugé par leurs commentaires « l'article », paru le 25 avril 2007 dans *Le Devoir* du « collaborateur spécial » Pierre Vallée. Ce dernier vantait les mérites de Loto-Québec en matière de responsabilités sociales et invitait le lectorat à consulter le bilan mis en ligne. Les internautes qui ont commenté ce texte l'ont taxé de mauvais journalisme et de publicité déguisée[30].

Autre exemple de mauvaise réception, le quotidien montréalais *La Presse* a alloué un espace publicitaire à Loto-Québec pour annoncer la mise en ligne de leur bilan de responsabilité. Le journal, sans doute pour prendre ses distances vis-à-vis de cette campagne de séduction, a encadré ladite publicité d'un article de Véronique Bouvier intitulé « Responsabilité sociale, mode d'emploi » (Figure 2 voir Annexe).

Celui-ci traite de l'utilité commerciale de se promouvoir comme socialement responsable. Le lecteur ne voit apparaître nulle part le nom de Loto-Québec dans les entreprises citées, et ce, malgré la publicité d'un quart de page qui semble pourtant bien intégrée à l'article. L'article de Bouvier a agi en qualité d'avertissement ; le quotidien a invité son lectorat à prendre ses distances vis-à-vis l'autopromotion de Loto-Québec. La journaliste a précisé avec peu de subtilités : « [le bilan de responsabilité sociale] est une occasion de communiquer sa bonne foi et son intention d'être un bon citoyen corporatif [...]. Est-ce que cette communication est frauduleuse et cynique? Dans certains cas, oui[31] ».

La stratégie de Loto-Québec pour paraître socialement responsable et digne de confiance est apparue suspecte dans l'espace public. Elle a été traitée comme une publicité manquant de subtilité. En souhaitant s'afficher comme phare afin de prouver sa bonne foi et légitimer sa mission commerciale, Loto-Québec a suscité l'effet contraire. Le public l'a dès lors soupçonnée de manipuler la vérité pour se faire un maximum de capital de sympathie, sinon un maximum de capitaux. Les bilans de responsabilité auraient de cette façon raté leur cible ; au lieu d'attirer du consensuel, l'entreprise aurait plutôt inspiré la démagogie. Étymologiquement et ironiquement, « démagogie » signifie « conduire le peuple ». Cette accusation laisse présager que les Québécois deviennent à l'égard de la société d'État. Le berger serait devenu un loup parmi les loups de la finance. Dans tous les cas, Loto-Québec est perçue comme une entreprise de mauvaise foi.

Un dialogue difficile à établir

Si le dialogue entre les Québécois et leur entreprise d'État peine à s'établir, c'est que la communication n'arrive pas à trouver les bases sur lesquelles bâtir une relation de confiance. Le point le plus sensible entre Loto-Québec et les Québécois demeure sans contredit la question du jeu

[29] Anne-Marie Gagné, « La confiance et le soupçon. Faire des relations publiques à l'ère de l'entreprise "responsable" », *Communication*, vol. 29, n° 1, 2011, p. 11.
[30] Pierre Vallée, « Gérer le jeu dans l'ordre et la mesure », Le Devoir, 2007, URL : http://www.ledevoir.com/economie/actualites-economiques/140763/loto-quebec-gerer-le-jeu-dans-l-ordre-et-la-mesure, (Consulté le 9/10/2012).
[31] Véronique Bouvier, « Responsabilité sociale, mode d'emploi », *La Presse*, 7 décembre 2006, p. 9.

pathologique. Les Québécois craignent que la Société exploite abusivement les joueurs les plus vulnérables. Alain Cousineau a affirmé dès le premier Bilan connaître (l'expression employée était « n'ignorons pas ») cette préoccupation. Or, dans ce même document, le lecteur a dû attendre la page 31, soit dans la section « contributions sociales », avant qu'il soit question de jeu pathologique. Et au lieu de s'appliquer à expliquer le problème et rassurer le lecteur, le texte a lancé une première phrase qui cherchait à démystifier une fausse croyance : « Contrairement à une opinion souvent exprimée, le jeu pathologique n'est pas en progression au Québec[32] ». La seconde phrase introduisait une série de statistiques, pour donner l'heure juste. Puis, Loto-Québec a exposé des faits concernant « Les suicides pour lesquels le jeu pathologique est un des facteurs » et les a illustrés grâce à ce diagramme à bandes :

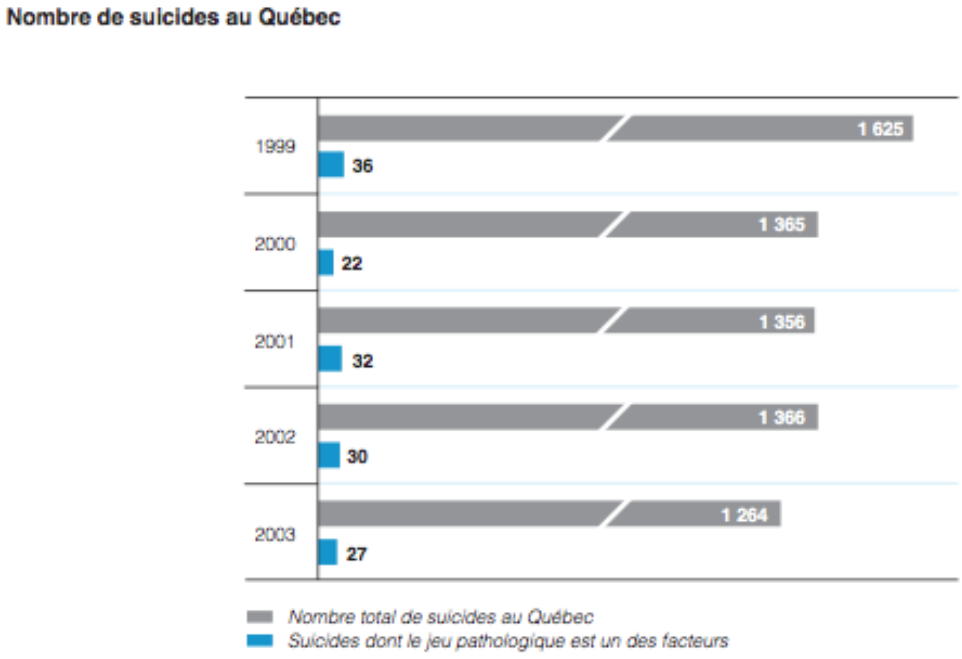

Figure 3 : Diagramme utilisé en page 31 du Bilan de responsabilité sociale 2004-2005 pour illustrer la proportion de « suicides pour lesquels le jeu pathologique est un des facteurs »

Ce diagramme illustrait d'une part, par de grandes bandes grises brisées au centre pour insister sur leur longueur, le nombre de suicides par année au Québec et en dessous, par de minces bandes bleues, les suicides que le Bureau du Coroner a attribués en partie à la pathologie du jeu. Pour que les lecteurs concluent au non-lieu (de s'inquiéter), Loto-Québec s'est servie de données quantitatives. Seulement, l'entreprise a semblé oublier, dans son Bilan, que derrière ces chiffres se cachaient des drames humains. Le fait de ne pas préoccuper de l'aspect qualitatif de ces données, Loto-Québec a à l'évidence banalisé ou à tout le moins minimisé les suicides liés au jeu pathologique. Les auteurs du texte ont ajouté : « De tous les facteurs étudiés, les troubles

[32] Loto-Québec 2005, op.cit., p. 31.

mentaux et les abus de substances psychoactives sont ceux qui sont les plus souvent identifiés[33] ».

En d'autres termes, le document semblait statuer sur le fait que les suicidaires étaient soit cinglés, soit drogués, ou les deux. L'objectivation de ces décès apparaît insensible. Non seulement le jeu pathologique et la mort de ces personnes ont été banalisés par les effets objectivants du traitement quantitatif de telles données, mais ils ont aussi été dépréciés par le descriptif. Cette généralisation manque d'empathie envers les drames individuels et sociaux que représentent, qualitativement, le jeu pathologique et le suicide. Il y a vraisemblablement dans ce bilan une incompréhension de l'individualité des joueurs et encore plus, de la préoccupation des Québécois.

À mon avis, le cœur du problème de communication des bilans de responsabilité sociale se trouve là, dans la difficulté à considérer l'expérience individuelle et la valeur qualitative des JHA. Si l'État-responsable souhaite guider tous les joueurs, son effort de minimalisation laisse sous-entendre que l'entreprise aurait plutôt décidé d'exclure ceux qui présentent des pathologies. Les pertes de contrôle des individus échapperaient à sa responsabilité sociale. Dans ses bilans, Loto-Québec se décrit responsable d'une masse, soit d'un corps social exempt d'individualités. Or, c'est pourtant dans ces corps individuels que se cache la confiance qu'elle veut se faire accorder. D'ailleurs, le mot « joueur » est pratiquement toujours employé au pluriel dans les documents officiels de la Société, sauf lorsqu'il est question du programme « Votre portrait de joueur en huit questions » et celui d'auto-exclusion des casinos et des Ludoplex. Ces deux occurrences du singulier ajoutent à l'image d'uniformité de cette masse, car le premier programme, créé par la Fondation Mise sur toi en 2006, vise l'(auto)-identification des joueurs à risque et l'adoption de comportements de jeu sains (ou plutôt normaux). Le second, créé en 1993, est encore plus révélateur ; il statue sur un périmètre indéfini de la norme. Il y a donc « les joueurs », ceux qui adhèrent à la normalité, et « le joueur », qui a des problèmes et doit s'exclure lui-même de la catégorie « joueurs ».

Plongés dans un univers quantifiable, les joueurs n'auraient pour Loto-Québec aucun visage et ne parleraient qu'au moyen de transactions financières. La Société ne peut alors paraître pour ces derniers que décalée, désengagée, profiteuse, insensible. Sur cette base, ils la jugent de mauvaise foi. La Société froisse des visages qu'elle ne (re)connaît pas. Cette méconnaissance de son public, certainement reliée à la carence des analyses qualitatives portant sur les JHA, se transpose en une série de maladresses sur la place publique. Celles-ci alourdissent le doute qui pèse sur les capacités de Loto-Québec à guider son troupeau vers des comportements qui sauraient être sains. La confiance des joueurs devient inaccessible.

Force est cependant de reconnaître que la confiance des joueurs ne se traduit pas quantitativement, grâce au chiffre d'affaires. En dépit d'une cote d'estime très basse, la Société continue d'enregistrer des profits record. Quelque part, elle n'aurait pas besoin d'essayer d'ouvrir le dialogue pour poursuivre sa mission commerciale. Son effort de minimalisation du problème du jeu pathologique cherchait vraisemblablement à détourner le regard du lecteur pour l'attirer ailleurs, ou plus justement pour réitérer le fait que l'entreprise a besoin de la confiance des Québécois pour poursuivre ses activités commerciales. Son rôle — et je répète que je préfère penser la responsabilité à l'intérieur d'une logique de responsabilisation — n'est pas de tenir la main du joueur pour l'inviter à mettre ou à ne pas mettre de l'argent dans les coffres de l'État, mais d'assurer une saine gestion des JHA. L'équilibre entre confiance et profits n'étant pas respecté, la rédaction de bilans de responsabilité devient essentielle.

[33] Idem.

On remarque toutefois que le ton a changé depuis les premiers bilans. En 2010, le Plan stratégique « Assurer pleinement nos responsabilités au bénéfice de la population du Québec » affichait comme seule illustration un attroupement de plusieurs Québécois. Les joueurs commencent à avoir des visages. On peut y trouver ce texte en introduction :

> Personne ne remet en cause cet aspect de la vocation de Loto-Québec. Néanmoins, on observe depuis plusieurs années une certaine remise en question de la mission de Loto-Québec ; ce questionnement découlant des inquiétudes reliées aux coûts sociaux du jeu. Un nombre significatif de groupes et d'individus s'inquiètent des conséquences négatives que le jeu peut générer et demandent à Loto-Québec de s'attaquer résolument à ce problème[34].

Le texte vise encore le dialogue, mais cette fois, l'entreprise identifie clairement le problème. Elle tente de séduire le lectorat en traitant directement de la légitimité de son monopole : « Un objectif est commun à toutes les sociétés publiques de jeux de hasard et d'argent dans le monde : s'assurer d'un consensus social qui constitue la base ultime de la légitimité de leurs activités[35] ». Naît même un ennemi : l'« offre de jeu parallèle non contrôlée[36] ». Cette offre parallèle proviendrait évidemment d'exploiteurs de JHA de mauvaise foi. Le texte propose un nouvel équilibre. Cette récente orientation a des répercussions dans le Rapport annuel de 2011 ; le mot « joueur », au singulier, apparaît quatre fois, dont trois fois pour parler du profil type de joueur de loterie vidéo. Paraît-il que ce dernier jouerait « pour le plaisir et non pour gagner[37] », ce qui me semble un comportement plutôt étrange d'un point de vue anthropologique[38].

Problème de légitimité

Analysé sous cet angle, le message publicitaire derrière ces bilans de responsabilité devient limpide : Loto-Québec a besoin de la confiance des joueurs pour espérer mieux affirmer sa légitimité. Après tout, cette dernière est « [...] fondée sur une chaîne ininterrompue de confiance personnelle[39] ». Quelque part, la stratégie marketing des bilans répondait précisément à ce problème de relations publiques. En s'appuyant sur l'ouvrage La responsabilité sociale d'entreprise de Capron et Quairel-Lanoizelée[40], Anne-Marie Gagné a écrit :

> Plus que jamais, les grandes firmes sont donc à la recherche d'une légitimité sans laquelle elles ne disposent pas du droit moral et symbolique d'exercer leurs activités (licence to operate). Leur utilité sociale étant mise en doute par la société, il leur faut donc la justifier en présentant une vision du monde en adéquation avec les valeurs sociales qu'incarne le

[34] Loto-Québec, « Assurer pleinement nos responsabilités au bénéfice de la population du Québec. Plan stratégique 2010-2013 » (2010), p. 1, URL : www.loto-quebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
[35] Idem.
[36] Ibid., p. 2.
[37] Loto-Québec 2011, op.cit., p. 24.
[38] Cf. Jocelyn Gadbois, Ethnologie du Lotto 6/49. Esquisses pour une définition de la confiance (Thèse de doctorat), Québec et Paris, Université Laval et École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2012.
[39] Sunil Khilnani, « La "société civile", une résurgence », *Critique internationale*, vol. 10, 2001, p. 40.
[40] L'auteure aurait d'ailleurs gagné à citer directement les auteurs pour marquer une distance entre leurs expressions et les siennes.

> concept de responsabilité sociale de l'entreprise susceptible d'apporter ce « supplément d'âme » à cette justification qui rend l'entreprise acceptable aux yeux de la société civile. [...] Dans ce contexte d'attentes élevées à leur égard, plusieurs entreprises se présentent comme des entités socialement responsables[41].

La responsabilité sociale, à l'instar de la notion de développement durable, sert essentiellement à améliorer une image d'entreprise pour bien camper sa légitimité. On peut en revanche se demander pourquoi Loto-Québec veut à ce point promouvoir sa responsabilité ; tout compte fait, c'est l'État lui-même qui s'est proclamé maître du jeu grâce à ses lois et il serait insensé, d'un point de vue économique, qu'il décide de se départir de cette source importante de revenus. La légitimité du monopole étatique n'est pas franchement menacée.

Encore une fois, il me semble pertinent de répéter que la stratégie marketing des bilans de responsabilité n'a pas de visées magiques ; elle n'a donc pas le pouvoir d'améliorer la légitimité de Loto-Québec parce que cette dernière s'est proclamée responsable. Dans son essai intitulé *Les entreprises les plus admirées au Québec et le concept de responsabilité sociale*, Pierre Lemay a analysé entre autres, les performances de Loto-Québec. Il s'est demandé s'il existait un lien entre la popularité des entreprises et la prise en charge de leur responsabilité sociale. Il n'y en aurait pas. En fait, le marketing social ne vise pas à améliorer les performances de l'entreprise, voire à améliorer son image à court terme. Pour Loto-Québec en particulier, il s'agit selon lui d'une lutte pour la légitimité. Si elle enregistre de piètres résultats quant à son image, c'est que la population serait seulement plus consciente des répercussions sociales de ses activités[42].

Il faut comprendre que Loto-Québec est aux prises avec une représentation du jeu historiquement et religieusement construite ; selon les enseignements du christianisme, les JHA feraient appel à des forces démoniaques qui entraîneraient l'humain dans le péché[43]. Dès lors, protéger les vulnérables des dangers potentiels des JHA devient une préoccupation majeure pour les Québécois. Exploiter le jeu, c'est quelque part prendre le parti du Diable. Loto-Québec est ainsi condamnée à se défendre de tenir une telle position et doit par conséquent rembourser la lourde dette morale qu'elle a contractée en acceptant la mission de commercialiser les JHA. Les bilans se présentent de cette façon comme une manière un peu désespérée de payer cette dette. Or, plus elle fait de profits, plus les Québécois la soupçonnent d'exploiter les vulnérables. Elle entre dans un cercle vicieux où les représentations sociales négatives se génèrent d'elles-mêmes. Cesser de faire des profits ne serait pas une solution, parce que cela conduirait la Société à une mort économique et politique. La déresponsabilisation serait une stratégie tout aussi catastrophique, car elle confirmerait aux Québécois leurs pires craintes. Dans les deux cas, sa légitimité serait franchement menacée.

L'enlisement de la légitimité dans le cercle vicieux de la dette morale est en revanche plus lourd qu'il ne le paraît à première vue. Si les Québécois décidaient de retirer définitivement leur confiance à Loto-Québec en décrétant que cette entreprise est irresponsable, il pourrait y avoir des conséquences désastreuses. Puisque le retour de la prohibition ne semble pas dans l'air du temps — quoique cette affirmation ne repose que sur la rareté d'une telle idée dans les

[41] Anne-Marie Gagné, op.cit., p. 10.
[42] Pierre Lemay, Les entreprises les plus admirées au Québec et le concept de responsabilité sociale. Stratégie de communication ou révolution des façons de faire? (Essai de maîtrise) Québec, Université Laval, 2001.
[43] Per Binde, « Gambling and Religion: Histories of Concord and Conflict », *Journal of Gambling Issues*, vol. 20, 2007, pp. 145-165.

entrevues que j'ai réalisées dans le cadre de ma thèse[44]—, ce pourrait être une tout autre menace qui guetterait la Société d'État ; elle pourrait bien perdre son monopole. Pour l'instant, la situation n'est pas alarmante, car, selon l'étude de Luc Bernier, seulement 24 % de la population serait en faveur de la privatisation de Loto-Québec, soit un point de moins que la Société des Alcools du Québec, qui, elle, a moins de problèmes d'estime[45]. Il demeure que cet indicateur ne prend pas en considération la valeur qualitative de la confiance de la population envers Loto-Québec. Brenner et Servet ont démontré dans leur cahier de recherche « Proximité, confiance et mobilisation de l'épargne. Le cas des loteries africaines » que la méfiance des consommateurs offre un terrain fertile aux entreprises privées qui veulent s'emparer d'une part de marché[46] ; dans un tel climat de méfiance, un opérateur privé de JHA s'affichant plus « responsable » que Loto-Québec pourrait réussir à gagner la confiance des Québécois. Cette confiance ferait basculer l'opinion publique en faveur de l'ouverture du marché aux intérêts de particuliers. Se cache donc derrière la stratégie publicitaire des bilans de responsabilité une certaine forme de lutte contre le libéralisme économique. La société d'État cherche à prouver qu'elle est non seulement responsable, mais qu'elle est la seule entreprise qui saurait gérer les JHA de manière aussi responsable.

Cette menace n'est pas purement théorique, au contraire ; des opérateurs privés de sites de pari sportif et des casinos virtuels contestent de plus en plus les monopoles des États, en particulier dans les pays européens. En 2010, la Cour européenne de justice a notamment suspendu le monopole de l'Allemagne. Elle a reconnu que la liberté d'établissement des sociétés privées pouvait être restreinte pour des raisons de santé publique, mais a déclaré du même souffle que les stratégies marketing des sociétés publiques allemandes étaient incohérentes envers leur responsabilité à l'égard de la santé publique. De fait, les opérateurs privés subissaient en son sens un préjudice[47]. La Commission européenne a déposé le 24 mars 2011 le Livre vert sur les jeux d'argent et de hasard en ligne dans le marché intérieur, qui a pour objectif premier de lancer une consultation publique permettant de rendre les politiques des États membres de l'Union européenne plus cohérentes à propos du jeu en ligne. Jusqu'à présent, la Cour européenne de justice « [...] a établi sa jurisprudence principalement sur la base de renvois préjudiciels émanant de juridictions nationales[48] ». C'est ce qui explique pourquoi cette même Cour s'est prononcée en 2009 contre l'implantation des opérateurs étrangers au Portugal et aux Pays-Bas[49]. Se lève la rumeur d'une guerre de pouvoirs entre les États (-providences ?)[50] et les opérateurs privés. Pour l'emporter, les commerçants de JHA doivent réussir se présenter autant que possible, comme entreprise responsable, d'où l'importance d'un bilan positif.

---

[44] Cf. Jocelyn Gadbois, op. cit.

[45] Luc Bernier, « Que faire des sociétés d'État aujourd'hui? », Robert Bernier (dir.), *L'État québécois au XXI^e siècle*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2004, pp. 103-124.

[46] Gabrielle A. Brenner et Jean-Michel Servet, « Proximité, confiance et mobilisation de l'épargne. Le cas des loteries africaines », *Cahier de recherche*, Montréal, Hautes Études Commerciales, 1994.

[47] Claire Gallen, « L'Europe suspend le monopole public du Loto en Allemagne », Le Figaro, 2010, URL : http://www.lefigaro.fr/conso/2010/09/08/05007-20100908ARTFIG00539-l-europe-suspend-le-monopole-public-du-loto-en-allemagne.php, (Consulté le 09/10/2012).

[48] Commission européenne, « Livre vert sur les jeux d'argent et de hasard en ligne dans le marché intérieur », 2011, p. 13, URL : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0128:FIN:FR:PDF, (Consulté le 09/10/2012).

[49] Claire Gallen, op.cit.

[50] Lorsqu'on réalise que Loto-Québec est actionnaire dans des casinos opérés en France, on est tenté de croire que la compétition pour être l'opérateur le plus responsable s'inscrit dans une guerre de pouvoirs entre les États. Cela supposerait cependant — et je ne suis pas certain de vouloir soutenir cette idée — que le Québec n'est ni plus ni moins en train de « coloniser » (économiquement) la France.

Conclusion

Dans un climat économique où les monopoles étatiques en matière de commercialisation des JHA sont de plus en plus contestés par les opérateurs privés, Loto-Québec a rédigé et diffusé entre 2005 et 2010 les bilans de ses bonnes conduites citoyennes. L'objectif de ces bilans était purement publicitaire ; elle devait se présenter comme une entreprise socialement responsable pour assurer sa légitimité. Mais cette dernière serait menacée par une crise de confiance à l'endroit de la Société d'État, crise que des intérêts privés pourraient facilement tourner à leur avantage. Une lutte de pouvoir s'annonce, d'où l'importance d'une telle stratégie de marketing social. De leur côté, les chercheurs qui se sont penchés sur les JHA et la population s'inquiètent davantage des répercussions des JHA sur la santé publique. On voit d'un mauvais œil de telles publicités qui visent en premier lieu à se donner le beau rôle pour consolider ses acquis commerciaux. Il se creuse alors entre les deux un fossé participant à exacerber la crise de confiance. Un cercle vicieux s'installe progressivement, anéantissant les possibilités d'établir un dialogue constructif sur ce que devrait être une entreprise d'État socialement responsable.

Pour rouvrir le dialogue, j'ai suggéré dans cet article de revenir à la notion de responsabilité de Paul Fauconnet. Cette notion ne cherche pas à imposer une certaine idée, sinon une certaine vision, de ce que devrait être la responsabilité et comment elle devrait être appliquée. Elle se contente plutôt de la présenter comme une réalité empirique, qui répond à un contexte social, économique et politique précis. De cette manière, les solutions pour la faire progresser apparaissent plus ciblées et effectives. C'est en considérant la responsabilité comme elle se présente que les sciences sociales pourront réussir à inviter les différents acteurs à se responsabiliser davantage. Elles doivent réfléchir à la responsabilité à l'intérieur d'une logique de responsabilisation. Pour ce faire, elles doivent réussir à s'extirper le plus possible du cadre de la morale. Pour comprendre les JHA, cette rupture d'avec la morale commencerait par une mise à distance de la cause de la santé publique, qui persiste à ne pas être problématisée. La responsabilité du chercheur ne devrait pas être celle de faire la morale, mais de faire avancer les connaissances. En revanche, je suis conscient que cette dernière affirmation contient en elle-même une contradiction performative, m'obligeant à reconnaître que les sciences sociales sont prises dans un profond paradoxe.

Bibliographie

BERNIER, L., « Que faire des sociétés d'État aujourd'hui? », R. BERNIER (dir.) *L'État québécois au XXI^e siècle*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2004, pp. 103-124.
BINDE, P., « Gambling and Religion: Histories of Concord and Conflict ». *Journal of Gambling Issues*, vol. 20, 2007, pp. 145-165. DOI : 10.4309/jgi.2007.20.4.
BLASZCZYNSKI, A., R. LADOUCEUR et H. SHAFFER, « A Science-Based Framework for Responsible Gambling: The Reno Model », *Journal of Gambling Studies*, vol. 20, n° 3, 2004, pp. 203-317. DOI: 10.1023/B:JOGS.0000040281.49444.e2.
BOUVIER, V., « Responsabilité sociale, mode d'emploi », *La Presse*, 7 décembre 2006, p. 9.
BRENNER, G. et J.-M. SERVET, « Proximité, confiance et mobilisation de l'épargne. Le cas des loteries africaines », *Cahier de recherche*, Montréal, Hautes Études Commerciales, 1994.
CAMPBELL, C. et G. SMITH, « Gambling in Canada: From Vice to Disease to Responsibility: A Negotiated History », *Canadian Bulletin of Medical History / Bulletin canadien d'histoire de la médecine*, vol. 20, n° 1, 2003, pp. 121-149.
CanLII, « Code criminel, LRC 1985 c C-46 », URL : http://www.canlii.org/fr/ca/legis/lois/lrc-1985-c-c-46/derniere/, (Consulté le 09/10/2012).
CLOTFELTER, C. et P. COOK, Selling Hope, *State Lotteries in America*, Cambridge, Harvard University Press, 1989.
COMMISSION EUROPÉENNE, « Livre vert sur les jeux d'argent et de hasard en ligne dans le marché intérieur », 2011, URL : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0128:FIN:FR:PDF, (Consulté le 09/10/2012).
COSGRAVE, J. (dir.), The Sociology of Risk and Gambling Reader, New York, Routledge, 2006.
DICKERSON, M., « Exploring the Limits of ″Responsible Gambling″, Harm Minimisation or Consumer Protection ? », *Journal of the National Association for Gambling Studies*, vol. 15, 2003, pp. 29-44.
URL : http://www.uss-mass.org/documents/26%20Exploring%20the%20Limits%20of%20Responsible%20Gambling%20Harm%20Minimisation%20or%20Consumer%20Protection.pdf, (Consulté le 09/10/2012).
FOUCAULT, M., *Naissance de la biopolitique. Cours au collège de France* (1978-1979), Paris, Seuil, 2004.
FAUCONNET, P., « La responsabilité. Étude de sociologie », 1928, URL : http://classiques.uqac.ca/classiques/fauconnet_paul/la_responsabilite/fauconnet_responsabilite.pdf, (Consulté le 09/10/2012).
GADBOIS, J., Ethnologie du Lotto 6/49. Esquisses pour une définition de la confiance, (Thèse de doctorat), Québec et Paris, Université Laval et École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2012.
GAGNÉ, A.-M., « La confiance et le soupçon. Faire des relations publiques à l'ère de l'entreprise "responsable" », *Communication*, vol 29, n° 1, 2011. DOI : 10.4000/communication.2451.
GALLEN, C., « L'Europe suspend le monopole public du Loto en Allemagne », *Le Figaro*, 2010, URL : http://www.lefigaro.fr/conso/2010/09/08/05007-20100908ARTFIG00539-l-europe-suspend-le-monopole-public-du-loto-en-allemagne.php, (Consulté le 09/10/2012).
GILBERT, J. et M. FORTIER, « Rapport final », Québec, Commission d'étude sur la Société d'exploitation des loteries et courses du Québec, 1976.

KHILNANI, S., « La "société civile", une résurgence », *Critique internationale*, vol. 10, 2001, pp. 38-50, URL : http://www.ceri-sciencespo.com/publica/critique/article/ci10p38-50.pdf, (Consulté le 09/10/2012).
KORN, D., R. GIBBINS et J. AZMIER, « Framing Public Policy Towards a Public Health Paradigm for Gambling », *Journal of Gambling Studies*, vol. 19, n° 2, 2003, pp. 235-256. DOI : 10.1023/A:1023685416816.
LANDAU, M., Manuel de loterie, Jérusalem, Israel Universities Press, 1967.
LEMAY, P., Les entreprises les plus admirées au Québec et le concept de responsabilité sociale. Stratégie de communication ou révolution des façons de faire? (Essai de maîtrise), Québec, Université Laval, 2001.
LES AFFAIRES, URL : www.lesaffaires.com, (Consulté le 09/10/2012).
LOTO-QUÉBEC, URL : http://lotoquebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
----, « Assurer pleinement nos responsabilités au bénéfice de la population du Québec. Plan stratégique 2010-2013 », 2010, URL : www.loto-quebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
----, « Bilan de responsabilité sociale », 2007, URL : www.loto-quebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
----, « Canaliser et encadrer l'offre de jeu. Rapport trimestriel. 2e trimestre 2008-2009 », 2008, URL : www.loto-quebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
----, « Pour une contribution responsable », 2005, URL : www.loto-quebec.com, (Consulté le 09/10/2012).
----, « Vers un nouvel équilibre. Rapport annuel 2011 », 2011, URL : http://lotoquebec.com/cms/corporatif/fr/la-societe/documentation/rapport-annuel, (Consulté le 09/10/2012).
MARTIGNONI-HUTIN, J.-P. G., *Faites vos jeux. Essai sociologique sur le joueur et l'attitude ludique*, Paris, L'Harmattan, 1993.
NIBERT, D., *Hitting the Lottery Jackpot. State Government and the Taxing of Dreams*, New York, Monthly Review Press, 2000.
TURENNE, M., « Les sociétés d'État n'ont plus la cote », *Les Affaires*, vol. 82, n° 109, 2010, p. 16.
VALLÉE, P., « Gérer le jeu dans l'ordre et la mesure », *Le Devoir*, 2007, URL : http://www.ledevoir.com/economie/actualites-economiques/140763/loto-quebec-gerer-le-jeu-dans-l-ordre-et-la-mesure, (Consulté le 09/10/2012).

Biographie

Jocelyn Gadbois *détient un doctorat en ethnologie de l'Université Laval (Canada), en cotutelle avec l'École des Hautes Études en Sciences Sociales. Sa thèse a porté sur la notion de confiance chez les joueurs de Lotto 6/49. Il mène actuellement un projet postdoctoral à Concordia University et à l'Université de Montréal où il s'interroge sur la construction du discours sur le jeu. Il a publié quelques articles, dont un dans Ethnologie française, une monographie issue de son mémoire de maîtrise et a codirigé des numéros de revue, dont le numéro spécial "Jouer" d'Ethnologies.*

Annexe

Figure 1 : Deuxième page du Bilan de responsabilité sociale 2004-2005 de Loto-Québec.

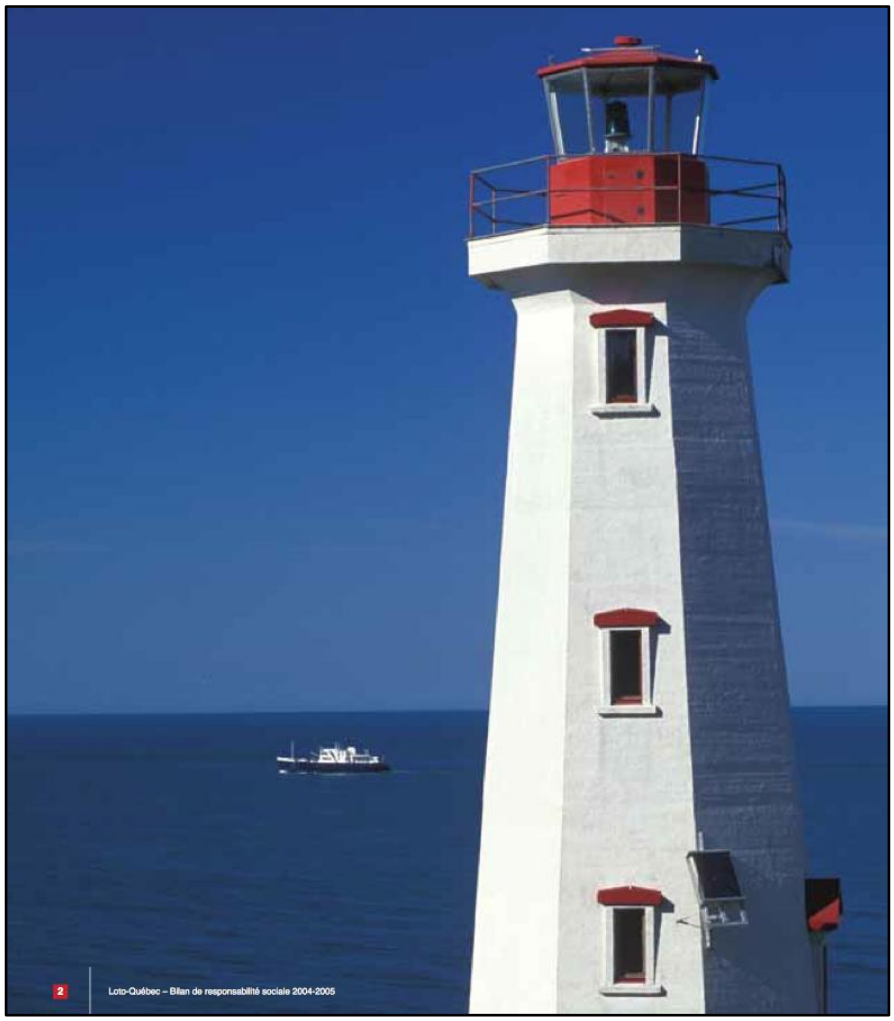

Figure 2 : Neuvième page du cahier Affaires de La Presse du jeudi 7 décembre 2006

PORTFOLIO LPA DES ENTREPRISES RESPONSABLES

Responsabilité sociale, mode d'emploi

VÉRONIQUE BOUVIER

Contrairement aux apparences, la responsabilité sociale est un travail de longue haleine pour les entreprises. Souvent associée à la philanthropie, la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise (RSE) est beaucoup plus que cela.

Tellement que la définir s'avère un exercice périlleux que les experts préfèrent contourner par une astuce. C'est en définissant la responsabilité sociale par ses champs d'intervention qu'on la comprend mieux. Au premier rang se trouvent la gestion des ressources humaines, les règles de gouvernance et de transparence, et les relations avec les communautés locales.

« La priorité pour une entreprise responsable devrait être la limitation des nuisances », croit Marie-France Turcotte, professeure au département de stratégie des affaires de l'École des sciences de la gestion à l'UQAM.

Plus récemment, les politiques de responsabilité sociale se sont dotées d'un volet environnemental touchant la pollution, les matières résiduelles et leur absorption, l'utilisation des ressources naturelles ou encore l'efficacité énergétique.

« Contribuer au développement durable est désormais la nouvelle façon pour les entreprises d'être responsables socialement. Elles se sont détachées du discours selon lequel leur seul rôle est de faire uniquement des profits », constate Corinne Gendron.

Une approche en vogue, selon la titulaire de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable à l'UQAM. « Les grandes entreprises canadiennes comme Bell Canada, Hydro-Québec et Alcan réfléchissent de plus en plus à des stratégies de développement durable. »

La plupart d'entre elles publient même, chaque année, un rapport de développement durable. « Ce n'est pas parce que les entreprises s'y intéressent que le succès est là », nuance-t-elle.

PHOTO ARMAND TROTTIER, LA PRESSE ©

Corinne Gendron, titulaire de la chaire de responsabilité sociale et de développement durable de l'UQAM, s'intéresse aux pratiques responsables des entreprises.

Difficile à évaluer

En matière de responsabilité sociale, l'évaluation des performances d'une entreprise reste ardue. « Il est très difficile de dire quelle entreprise est la meilleure, explique Corinne Gendron. Lorsqu'on regarde les rapports de responsabilité sociale, on réalise que toutes les grandes entreprises ou presque ont reçu un prix ou une reconnaissance. »

Et il est souvent plus facile de désigner les entreprises qui ne sont pas socialement responsables. « Le cas de Wal-Mart est éloquent. Voilà une entreprise qui prend des stratégies visibles contre la syndicalisation, adopte des stratégies très discutables avec ses fournisseurs du Sud et parallèlement, elle tente de noyer cette mauvaise image par une campagne publicitaire. »

Autre obstacle, l'écart persistant entre les discours des entreprises qui font l'apologie de la RSE et leurs pratiques. La responsabilité sociale serait-elle une simple stratégie marketing? Les avis sont partagés.

« La RSE est à un niveau stratégique qui dépasse le marketing. Ce n'est pas juste pour faire vendre mais aussi pour disposer d'un capital de sympathie, faciliter les relations avec le gouvernement par la suite ou encore être mieux perçu que son concurrent », estime Corinne Gendron.

Pour François Rebello, les stratégies marketing autour de la RSE amènent aussi des changements concrets. « Ça donne des bonnes choses, affirme le président du groupe Investissement Responsable. Shell fait de la publicité pour dire qu'ils sont verts. Et ils investissent 500 millions de dollars dans les énergies renouvelables pendant cinq ans, permettant en grande partie le développement des énergies éoliennes. Pourquoi ? Pour leur réputation certes, et aussi pour leur responsabilité en tant que pétrolière. »

Bien des suspicions demeurent quant aux pratiques responsables de certaines industries, telles les pétrolières ou les forestières. « C'est une occasion de communiquer sa bonne foi et son intention d'être un bon citoyen corporatif, reconnaît Marie-France Turcotte. Est-ce que cette communication est frauduleuse et cynique? Dans certains cas, oui. » Prétendre être responsable sans l'être est une avenue dangereuse pour l'entreprise, avertit Corinne Gendron. « L'entreprise s'expose, plus encore que si elle n'avait rien dit, à être la cible de groupes de pression. Dans le cas de Wal-Mart, personne n'est dupe. Le discrédit est encore pire. »

Pas de réglementation

Jusqu'à maintenant, les entreprises canadiennes ont toujours eu le choix de leurs pratiques responsables.

« Pour elles, la responsabilité sociale doit rester autre chose qu'une loi », affirme Marie-France Turcotte, professeure au département de stratégie des affaires de l'École des sciences de la gestion à l'UQAM. « C'est un supplément d'âme qu'elles choisissent sans sacrifier leur flexibilité. Les entreprises d'ici considèrent qu'elles sont les mieux placées pour savoir quelles sont les attentes et comment y répondre de manière efficace. »

Alors qu'en Amérique du Nord, on mise sur les choix personnels et le volontarisme des gestionnaires, la législation européenne en matière de responsabilité sociale se fait plus dirigiste.

« Le bilan social est obligatoire en France et les caisses de retraite considèrent les enjeux environnementaux et sociaux. La RSE est plus implantée en Europe car elle est réglementée », analyse Brenda Plant, présidente de Cataléthique, le premier regroupement d'entreprises voué à la promotion du développement durable et de la responsabilité sociale au Québec.

PHOTO ROBERT MAILLOUX, LA PRESSE ©

Brenda Plant aide les PME à prendre le virage de la responsabilité sociale.

Les PME socialement responsables ?

VÉRONIQUE BOUVIER

Les grandes entreprises proclament haut et fort le caractère incontournable de la responsabilité sociale. De leur côté, les PME responsables se font plus discrètes. La responsabilité sociale est-elle la chasse gardée des grandes entreprises?

Non, tout est une question de visibilité, estime Brenda Plant. « Il y a seulement plus de grandes entreprises qui en parlent et qui font des actions visibles. Dans les petites entreprises, c'est la sensibilité du dirigeant qui fait la différence. Si le dirigeant y croit, ça se fait très vite. »

Ainsi, 86,8 % des programmes environnementaux des PME sont le résultat direct du choix personnel du propriétaire de l'entreprise, révèle un sondage de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), réalisé en 2000.

« Ils n'ont pas les mêmes pressions que les dirigeants des grandes entreprises de fournir des profits pour les actionnaires », rappelle la présidente de Cataléthique et codirectrice d'Ethiquette.ca, un service de conseil stratégique et promotion de produits et services offerts par des PME socialement responsables.

Grâce à leur petite taille, les PME n'ont pas à élaborer des politiques officielles, mettre en place des processus institutionnels ou encore des mesures de contrôles auxquels n'échappent pas les plus grandes.

Le virage de la responsabilité sociale n'en est pas forcément plus facile. « D'un côté, ils ont plus de liberté mais, de l'autre, des finances serrées et la survie de leur entreprises à assurer », dit Brenda Plant.

La spécificité des PME tient aussi au fait que leur sensibilité, notamment leur participation dans la communauté, est innée. « Elles ont souvent des pratiques responsables sans le savoir », croit la titulaire de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable à l'UQAM, Corinne Gendron.

Passage obligé

Les PME échappent aux groupes de pression mais elles subissent les pressions des grandes entreprises. « De plus en plus de grandes entreprises demandent à leurs fournisseurs de modifier leurs pratiques », affirme Brenda Plant.

Selon le sondage de la FCEI, 92,7 % des PME reconnaissent subir des pressions de leurs clients-fournisseurs pour adopter un plan de gestion de l'environnement.

Afin de devenir concurrentielles comme fournisseurs responsables, un grand nombre d'entre elles n'auront pas le choix de changer leurs pratiques.

Un choix payant, soutient Brenda Plant, les avantages à être socialement responsables étant souvent plus nombreux pour les PME. « Elles ont une plus grande crédibilité dans la société que les grandes entreprises. Les avantages commerciaux sont aussi un incitatif. La responsabilité sociale peut être très rentable car il y a un marché et surtout il y a des économies à faire. »

POUR UNE CONTRIBUTION RESPONSABLE
AU PROFIT DE LA COLLECTIVITÉ
Vous voulez savoir où va l'argent de Loto-Québec?
Vous voulez en connaître davantage sur son engagement social, son apport économique, les retombées touristiques de ses casinos et sa contribution environnementale?
Procurez-vous l'édition 2006 du Bilan de responsabilité sociale de Loto-Québec * en le téléchargeant depuis le site web lotoquebec.com
ou
demandez à le recevoir en composant:
• 1 800 350-9033 (Montréal)
• 1 800 463-4560 (Québec)
* Rapport annuel - Bilan de responsabilité sociale 2005 de Loto-Québec, récipiendaire du prix Batchy de la North American Association of State and Provincial Lotteries pour le meilleur rapport annuel.
LOTO QUÉBEC